

**ANALISIS PENGARUH IKLAN BANK SYARIAH MANDIRI DI TELEVISI  
TERHADAP *ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION* PADA MASYARAKAT  
AMBON MALUKU**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) starta Satu  
Pada Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam  
Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

**Hardinni Bachmid**

NIM: 20090730001

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
PRODI EKONOMI DAN PERBANKAN ISLAM**

NOTA DINAS

Jumlah : 4 eks. Skripsi

Yogyakarta, 14 Desember 2012

Alasan : Persetujuan

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta

Wassalammu'alaikum wr.wb.

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Hardinni Bachmid

Nomor Induk : 20090730001

Fakultas/Jurusan : Agama Islam/Ekonomi & Perbankan Islam

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Iklan Bank Syariah Mandiri Di Televisi Terhadap *Attention, Interest, Desire, Action* Pada Masyarakat Ambon Maluku

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasyahkan.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum wr.wb.

Dosen Pembimbing



... ..

**PENGESAHAN**

**Analisis Pengaruh Iklan Bank Syariah Mandiri Di Televisi Terhadap *Attention, Interest, Desire, Action* Pada Masyarakat Ambon Maluku**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Hardinni Bachmid

NPM : 20090730001

Telah dimunaqasyahkan di depan Sidang Munaqasyah Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam pada tanggal 29 Desember 2012 dan dinyatakan memenuhi syarat diterima :

**Sidang Dewan Penguji**

Ketua Sidang : Miftakul Khasanah, STP, M.Si (.....)

Pembimbing : Dr. Siti Dyah Handayani, SE, MM (.....)

Penguji : Dr. H.M. Nurul Yamin, M.Si (.....)

Yogyakarta, 29 Desember 2012

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dekan,



## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Hardinni Bachmid  
Nomor Mahasiswa : 20090730001  
Program Studi : Ekonomi & Perbankan Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul Analisis Pengaruh Iklan Bank Syariah Mandiri Di Televisi Terhadap *Attention, Interest, Desire, Action* Pada Masyarakat Ambon Maluku merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain,

## MOTTO

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَخَوُوْنُوْا اٰمَنٰتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ﴿٢٧﴾

*“ Wahai orang-orang yang beriman ! Janganlah kamu mengkhināti Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui”*

(QS. Al-Anfal 8 : 27)

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ الصّٰدِقِيْنَ ﴿١١٩﴾

*“ Wahai orang-orang yang beriman ! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar”*

(QS. At-Taubah 9 : 119)

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul ANALISIS PENGARUH IKLAN BANK SYARIAH MANDIRI DI TELEVISI TERHADAP ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION PADA MASYARAKAT AMBON MALUKU sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang yakni agam islam.

Ucapan terima kasih atas segala bimbingan, arahan dan bantuan serta motivasi yang telah diberikan, penulis sampaikan kepada :

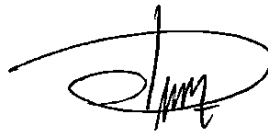
1. Bapak Ir. M. Dasron Hamid, M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Dr. H. Nawari Ismail, M,Ag. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Miftahul Khasanah, STP, MSI. Selaku Kepala Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam FAI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu. Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan bimbingan yang sangat berarti kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis selama belajar di Universitas ini.
6. Seluruh Staf Fakultas Agama Islam yang telah membantu kelancaran administrasi.
7. Kepala Cabang dan seluruh karyawan Bank Syariah Mandiri Ambon. Terima kasih

8. Jajaran pejabat dan staff walikota Ambon Maluku yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu saran dan masukan sangat penulis hargai. Dan akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini sangat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalimu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Desember 2012



Hardinni Bachmid

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayahanda (Bakran Bachmid) dan Ibunda (Elma Bachmid) tercinta terima kasih atas cinta, semangat, doa, dan dukungan yang luar biasa untukku sehingga mampu menyelesaikan semua ini.
2. Kakak dan adik-adikku (Firgia Bachmid, Nur Mahda Bachmid, Achmad Syechan Bachmid, Said Bachmid, dan Hauria Bachmid) tercinta terima kasih atas dukungan, semangat, dan doa yang diberikan.
3. Rekan-rekan seperjuangan dalam organisasi KAMMI, JAA, FIES, HMJ, BEM, IMM dan LAKMM yang memberikan pengalaman hidup yang sangat berarti.
4. Keluarga besar Unires Asrama Mahasiswa UMY
5. Teman-teman Fakultas Agama Islam Angkatan 2009 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas kekeluargaan yang sangat erat.
6. Sahabat terbaik, Karunia Wulandari yang selalu setia menemani saat suka dan duka selama ini. Semoga persahabatan ini membawa kebaikan dan tetap terjalin selamanya.
7. Kakak-kakak angkatan (Faisal, Lia, Fahrudin, Ragil, Utami, Rozikan, Mida dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu) terimakasih atas bantuan dan dukungannya selama ini semoga dicatat sebagai pahala di sisi Allah swt.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv

## BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6

## BAB II: TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	7
B. Manfaat Penelitian.....	7

## BAB III: TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI.....9

A. Tinjauan Pustaka.....	9
--------------------------	---

1. Perbankan Syariah .....	13
2. Tujuan Perbankan Syariah .....	14
3. Fungsi Dan Peran Bank Syariah .....	16
4. Pemasaran .....	17
5. Manajemen Pemasaran .....	18
6. Strategi Pemasaran Bank Syariah .....	19
7. Promosi .....	20
8. Iklan .....	22
9. Bentuk Iklan Di Televisi .....	24
10. Keunggulan Dan Keterbatasan Media Televisi .....	25
11. Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) .....	25
C. Hipotesis .....	27
D. Kerangka Pemikiran .....	28

#### BAB IV: METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	29
B. Populasi dan Sampel .....	29
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	30
D. Jenis Data .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	32
G. Teknik Pengukuran Variabel .....	35
H. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36

## BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri .....	41
1. Latar Belakang Bank Syariah Mandiri.....	41
2. Profil Bank Syariah Mandiri .....	43
3. Visi dan Misi Sekarang .....	44
4. Struktur Organisasi .....	46
5. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri.....	47
B. Gambaran Umum Kotamadya Ambon .....	51
C. Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
1. Deskripsi Responden .....	54
2. Uji Instrumen Penelitian .....	59
3. Analisis Statistik Deskriptif .....	61
4. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	72
5. Pengujian Hipotesis .....	74
D. Pembahasan .....	75

## BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	: Tingkat Usia Responden .....	54
Tabel 5.2	: Alamat Domisili Responden .....	56
Tabel 5.3	: Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 5.4	: Jenis Pekerjaan Responden .....	58
Tabel 5.5	: Tingkat Penghasilan Responden .....	58
Tabel 5.6	: Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	60
Tabel 5.7	: Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 5.8	: Tanggapan Responden Tentang Isi Pesan Iklan.....	63
Tabel 5.9	: Tanggapan Responden Tentang Struktur Pesan Iklan.....	64
Tabel 5.10	: Tanggapan Responden Tentang Format Pesan Iklan .....	65
Tabel 5.11	: Tanggapan Responden Tentang Sumber Pesan Iklan .....	66
Tabel 5.12	: Ringkasan Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan .....	67
Tabel 5.13	: Tanggapan Responden Tentang Perhatian.....	68
Tabel 5.14	: Tanggapan Responden Tentang Minat.....	69
Tabel 5.15	: Tanggapan Responden Tentang Keinginan.....	70
Tabel 5.16	: Tanggapan Responden Tentang Tindakan .....	71
Tabel 5.17	: Ringkasan Tanggapan Responden Tentang Variabel AIDA.....	72
		72

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

Gambar 3.1 : Model AIDA.....	26
Gambar 3.2 : Kerangka Pemikiran .....	28
Gambar 3.3 : Struktur Organisasi Perusahaan Dengan Struktur Matriks	46

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan Bank Syariah di televisi terhadap attention, interest, desire, action masyarakat Ambon Maluku . Data dikumpulkan menggunakan teknik survei dengan penyebaran kuisioner kepada 125 orang responden menggunakan skala Likert dengan metode *convenience sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis regresi linear sederhana, dengan menggunakan uji-t melalui fasilitas SPSS seri 16.00 *for Windows*. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.